ISSN : 2776-3757 (Online) – 2776-4443 (Print)
Vol. 8 No. 2, Juni 2025

Pengembangan Desain Produk Krupuk Jengkol Lokal UMKM Desa Mukti Jaya Kecamatan Rantau Pulung

Nanok Fitriyadi[1*], Nuuridha Matiin[2], Juwita Aprillia[3], Salmah Lafina[4]
[1,2,3,4]Manajemen STIE Nusantara Sangatta, Sangatta, Indonesia
nanokfitriyadis@gmail.com[1*], nuuridhamatiin@stienusantara.ac.id[2],
juwita.aprillia@gmail.com[3], salmahsafina316@gmail.com[4]

Submission 2025-05-16
Review 2025-05-28
Publication 2025-06-30

ABSTRAK
Banyak masyarakat di Desa Mukti Jaya Kec Rantau Pulung yang melakukan usaha mikro kecil menengah UMKM seperti usaha membuat makanan, pembibitan dan mebel, sehingga dalam hal ini Usaha Krupuk Jengkol yang berada di desa Mukti jaya Kec Rantau Pulung yang biasanya hanya di jual dengan kemasan yang sangat sederhana seperti dari plastik biasa memberikan kesan tidak menarik dalam hal ini kami mencoba memberikan desain yang cukup menarik sehingga terkesan kemasan akan tampak elegan dan menarik pembeli. Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui peran kemasan dimata konsumen yang akan meningkatkan atau menurunkan penjualan produk, Karena sesungguhnya tampilan kemasan yang menarik akan memberi kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Strategi Pemasaran untuk mendongkrak penjualan menjadi sebuah hal yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: *Desain, Produk, Krupuk Jengkol, UMKM*

PENDAHULUAN

Jengkol atau yang disebut juga jering memiliki nama latin Archidendron pauciflorum, merupakan jenis tanaman yang banyak ditemukan di Asia Tenggara, termasuk di Indonesia (Agustinur dkk., 2023). Tanaman ini merupakan tanaman musiman yang belum dibudidayakan dan seringkali ditemukan di hutan-hutan, lereng-lereng pegunungan bukit barisan (Mohamad Haifan, 2021). Adapun tanaman jengkol yang ada di kebun warga pada umumnya merupakan tanaman yang tumbuh secara tidak sengaja, yang biasanya berasal dari biji jengkol yang dibuang dan tumbuh subur terutama di wilayah masih Hutan.

Selain itu, jengkol juga bermanfaat untuk menyembuhkan berbagai penyakit seperti mengatur gula darah; meningkatkan sistem kekebalan tubuh; sumber protein berkualitas; menyediakan zat besi; menjaga kesehatan tulang; menurunkan resiko penyakit jantung, dan membantu pencernaan (Pasla, 2023). Banyak manfaat yang diperoleh dari jengkol, mulai dari buahnya hingga ampas kulit jengkol. Buah jengkol Kandungan unsur hara yang melimpah dapat menjadikan jengkol sebagai pestisida alami (Agustinur dkk., 2023; Irawati dkk., 2023). Berbagai macam manfaat yang diperoleh dari jengkol mendorong untuk terus membudidayakan jengkol.

Pembangunan di Desa akan memberikan pelayanan bagi UMKM yang berada di wilayah pedalaman dalam hal ini upaya UMKM dalam meningkatkan kesejateraan, dalam hal ini banyak produk UMKM yang perlu memperhatikan kemasan yang ada di dalam setiap produk sehingga akan memberikan nilai jual yang cukup tinggi dari kemasan yang ada memberikan dampak pada produk itu sendiri supaya lebih menarik dan diminati oleh para pembeli. Kemasan adalah salah satu ujung tombak penjualan dalam pemasaran dan penjualan produk. Adanya kemasan memiliki peranan sangat penting yang berhubungan dengan komoditi yang dikemas dan juga sebagai nilai jual dan citra produk. Nilai jual semakin meningkat jika diberikan nilai tambah pada kemasan yang menarik dan citra produk juga meningkat dengan adanya gambaran pada konsumen yang akan memberikan kesan (Zen et al., 2017). Desain kemasan merupakan hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan informasi untuk membuat produk cocok dipasarkan. Faktor-faktor desain meliputi factor pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi ,ergonomi, estetika, dan identitas(Tunky & Kohardinata, 2016).

Banyak masyarakat di Desa Mukti Jaya Kec Rantau Pulung yang melakukan usaha mikro kecil menengah UMKM seperti usaha membuat makanan, pembibitan dan mebel, sehingga dalam hal ini Usaha Krupuk Jengkol yang berada di desa Mukti jaya Kec Rantau Pulung yang biasanya hanya di jual dengan kemasan yang sangat sederhana seperti dari plastik biasa memberikan kesan tidak menarik dalam hal ini kami mencoba memberikan desain yang cukup menarik sehingga terkesan kemasan akan tampak elegan dan menarik pembeli.

Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui peran kemasan dimata konsumen yang akan meningkatkan atau menurunkan penjualan produk, Karena sesungguhnya tampilan kemasan yang menarik akan memberi kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Strategi Pemasaran untuk mendongkrak penjualan menjadi sebuah hal yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Apalagi ditengah kondisi pandemi seperti ini dimana semua sektor terpuruk termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berbagai cara dilakukan salah satu nya dengan mengembangkan kemasan agar lebih menarik dan diminati konsumen. Hasil dari pengabdian ini membuktikan bahwa tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan

meningkatkan penjualan produk. Dengan ide kreatif dalam menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan kepasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan oleh pemilik UMKM.

METODE

Sosialisasi Program Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi program akan dilaksanakan, waktu pelaksanaan kegiatan, tahapan kegiatan, pendampingan, evaluasi kegiatan dan monitoring.

Pendampingan Kegiatan Kegiatan Pendampingan dilakukan sesuai kebutuhan dan dilakukan pada semua tahapan kegiatan, mulai dari pembenahan manajemen usaha, perancangan desain kemasan produk yang bernilai jual hingga hingga pengembangan pemasaran produk.

Evaluasi Kegiatan dan Monitoring Evaluasi dilakukan dalam upaya memaksimalkan hasil kegiatan sesuai dengan target yang sudah ditentukan Evaluasi dilakukan terhadap semua bentuk kegiatan yang dilakukan dalam semua tahap kegiatan. Apabila terdapat kegiatan yang memberikan hasil yang tidak maksimal maka dilakukan upaya penyempurnaan kegiatan tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyakat dengan adanya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. sehingga para konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi padamakanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen. Selain faktor-faktor tersebut anda juga harus memperhatikan apa yang menjadi trendi masyarakat. Kemasan yang tidak up-to-date akan memberikan kesan produk anda ketinggalan jaman, kecuali jika memang produk anda sudah dikenal luas dan memiliki brand terkenal. Kemasan yang bagus tentu akan mempengaruhi harga produk. Untuk itu UMKM harus memiliki strategi pemasaran untuk digital yang canggih. Sebagian konsumen yang sangat mengutamakan mutu, harga tidaklah masalah jika memang produk yang ditawarkan benar-benar berkualitas. Dalam pembuatan Desain packaging yang attractive dan informatif, berikut adalah Packaging yang telah dibuat:

Gambar 1: Kegiatan di Desa Mukti jaya Kec Rantau Pulung

Gambar 2: Kemasaran dari masa ke masa

Tim Pengabdian memberikan masukan terhadap desain kemasan memiliki peran penting dalam mengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, artinya semakin baik kemasan yang ditampilkan oleh perusahaan akan mempengaruhi semakin banyaknya konsumen yang memutuskan untuk memilih/membeli produknya,sehingga dalam membuat desain kemasan perusahaan harusnya bersungguh-sungguh dan tidak semaunya sendiri, yang tentunya juga harus diimbangi dengan kemampuan perusahaan dalam hal dana yang akan digunakan untuk dialokasikan pada desain kemasan ini (karena desain kemasan secara tidak langsung juga berperan untuk mempromosikan produk).

Tabel 2. Solusi Permasalahan

No.	Permasalahan	Solusi
1.	Produk UMKM dalam kemasan yang menarik dan harga yang agak relative tinggi di banding kemasan yang lama	Memberikan gambaran produk desain yang modern sehingga masyarakat yang berkunjung Ketika membeli oleh" untuk di bawa ke kota lain mudah dalam membawanya dan ramah lingkungan
2.	Tantangan kedapan nya produk bersaing dengan produk yang lainnya	Memberikan pelatihan, pendampingan dan pembinaan manajemen usaha, dan promosi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pembukuan sederhana pada pelaku UMKM di Desa Mukti Jaya Kec Rantau Pulung membantu pelaku usaha dalam mengelola usaha mereka. Pada dunia usaha saat ini dengan situasi persaingan yang semakin ketat,menuntut para pengusaha yang ingin terus sukses agar kreatif dalam berbagai hal, salah satunya adalah menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan kepasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada para pihak yang terkait dan terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Desa Mukti Jaya Kec Rantau Pulung yang

telah meluangkan waktu dan turut serta dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Besar harapan setelah kegiatan ini, kedua UMKM semakin berkembang dan bisa menjalankan usahanya dengan lancar .

REFERENSI

Kusumasari, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *49*(2), Agustus.

Hanafi, M. M. (2014). *Manajemen keuangan* (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Indaryanti, V. D., & Wulandari, I. (n.d.). Pelatihan pencatatan pembukuan sederhana pada UMKM.

Nuuridha, M., Aprillia, J., & Amirudin. (2024). Pelatihan pembukuan dan pencatatan secara akuntansi di UMKM Desa Margo Mulyo Kecamatan Rantau Pulung. *7*(2), Juni. ISSN: 2776-3757 (Online) / 2776-4443 (Print).

Rizqi, A. W., Jufriyanto, M., & Pusporini, P. (2021). Pelatihan desain kemasan produk asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus: Produk Kerupuk). *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, *1*(1), 33–38.

Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, *8*(2), 67–76.

Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, *1*(2), 12–15.